

Гридина Т. А., Коновалова Н. И.
Екатеринбург, Россия

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ДОМИНАНТЫ СОЦИУМА В ЗЕРКАЛЕ ИГРОВОГО МЕДИАТЕКСТА

В современной массовой коммуникации отчетливо выделяются игровые медиатексты креолизованного характера. Вербальный компонент таких текстов основан на языковой игре, непосредственно связанной с невербальным (полимодальным) рядом. Подобные тексты нередко выступают как своего рода реклама развлекательного характера, которая вместе с тем транслирует и моделирует стереотипы коллективного сознания. В содержательном плане в игровом медиатексте оказываются значимыми интертекстуальные включения, создающие некие пресуппозиции его восприятия массовым адресатом как носителем определенной культуры. В формальном плане игровой медиатекст организован таким образом, чтобы создать у адресата двойной план его восприятия (с одной стороны, обращенный к обыгрываемым прототипам, с другой – к их ассоциативным трансформам).

В качестве примера представим игровой медиатекст, прототипом которого выступает популярная советская песня «Всё, что в жизни есть у меня» из репертуара ВИА «Самоцветы». Суть игровой трансформации заключается в условной идентификации реалий советской эпохи с их сегодняшними «эквивалентами», представленными в новой песенной медиаверсии современными номинациями. При этом рефреном проходит фраза «Сделано в СССР», поддерживаемая соответствующим видеорядом.

Шутливо-иронический пафос, выявляемый при декодировании представленного вербально-визуального медиаконтекста, сочетается с ностальгической рефлексией по советскому прошлому, что отражает тенденцию к поляризации ценностных установок нашего времени и эпохи до распада СССР.

Данное соотношение проявляется в выборе техник языковой игры, эксплуатирующей конструктивный принцип ассоциативного отождествления, когда знаковые «атрибуты» разных эпох уподобляются:

– на основе функционального сходства реалий, одна из которых является предметным анахронизмом (*дисковый телефон – айфон, пионерская форма – дресс-код, газированная вода из сифона – швепс, спрайт*);

– на основе намеренно парадоксальной ассоциативной идентификации социальных идеологизированных инициатив советской эпохи и течений современного молодежного масс-культа (*ленинский субботник – флешмоб, Первомайская демонстрация – мейнстрим, съезд партии – интерактив*);

– на основе отождествления современных ценностных ориентиров в области культуры с конкретными культурными прецедентами советской эпохи (*хит – песня Кола Бельды «Увезу тебя я в тундру»; фрик – Жанна Агузарова, праймтайм – Л. Гурченко с «Песенкой про пять минут»*);

– на основе установления соответствий между национально-специфичными явлениями разных культур (*гармонист на демонстрации – диджей, Баба Яга – гот, танец вприсядку – брейк-данс*) и т. д.

Таким образом, воздействующий потенциал рассмотренного игрового медиатекста связан с моделированием образа советской России, что отражает динамику ценностных ориентиров и когнитивных баз представителей разных поколений, вплоть до их полного расхождения.

Ерёмин А. Н.
Калуга, Россия

МЕТАФОРА. МЕТОНИМИЯ. ОЦЕНКА

А. При метонимическом переносе семантический стержень исходного значения модифицируется. Например, у глаголов модифицируется семантика, отражающая:

И) часть одной ситуации;

II) часть смежной ситуации, коррелирующей с исходной.

I. Он *пьет* – в метонимическом значении к прямому значению ‘потреблять жидкость’ добавляется в качестве центральной семантика ‘потреблять спиртные напитки больше нормы’.